

INHALT

Danksagung	11
1. Einleitung	
1.1 Zunahme des fernsehbezogenen Fanhandelns im Social Web	13
1.2 Zielsetzung und Fragestellung: Fernsehserien und Fanhandeln in digitalen Onlinemedien	15
1.3 Methode, Forschungsachsen, Untersuchungsgegenstand und Vorgehensweise	17
1.4 Zum Stand der Forschung <i>oder</i> Fan Studies als lange vernachlässigtes Feld der (Medien-)Wissenschaft	21
1.5 Theoretischer Bezugsrahmen	29
1.5.1 Handlungstheorien	29
1.5.2 Social Media und partizipatorisches Handeln	38
2. Die Fans — eine besonders partizipierende Zuschauergruppe	
2.1 Die Fernsehserie als Handlungsgegenstand ihrer Fans	45
2.1.1 Veränderung der Rezeptionssituation	45
2.1.2 Inhaltliche und ästhetische Entwicklung	52
2.2 Annäherung an den Begriff „Fan“	57
2.3 Fanhandeln	61
2.3.1 Partizipation und Produktion als zentrale Aspekte des Fanhandelns	61
2.3.2 Fans und ‚altes‘ Handeln	64
2.3.3 Antifans und ‚altes‘ Handeln	68
3. Social Media als (neuer) Handlungsraum für Fans	
3.1 Annäherung an den Begriff „Web 2.0“	73
3.2 Handlungsoptionen von Social Media	78

3.2.1	Möglichkeiten der Partizipation	78
3.2.2	Motivationen für Partizipation	81
3.3	Partizipatorisches Handeln	86
3.3.1	Grassroot Journalism und die „Knowledge Community“	86
3.3.2	Kollektivität und gemeinschaftliche Interessenverfolgung	88
3.4	Schöpferisches Handeln.....	94
3.4.1	Digitale Literatur.....	95
3.4.2	Audio-visueller Content.....	99
4.	Fanhandeln im Social Web	
4.1	Entwurf einer Typologie eines neuen Fanhandelns	103
4.1.1	Das Pflegen von Bestand	108
4.1.2	Das Dauerprotestieren	108
4.1.3	Das nostalgische Schwärmen	108
4.1.4	Das Verbessern.....	109
4.1.5	Das Weitergehen.....	109
4.1.6	Das Kombinieren	109
4.1.7	Das Anbinden an den Alltag	109
4.1.8	Das Teilen.....	110
4.2	Neues partizipatorisches Fanhandeln im Social Web	110
4.2.1	Das Pflegen von Bestand am Beispiel von Rettungskampagnen	113
4.2.2	Das Dauerprotestieren am Beispiel <i>Chuck</i>	121
4.2.3	Das nostalgische Schwärmen am Beispiel der Abstimmungsseite <i>wunschliste.de</i>	127
4.2.4	Das Verbessern am Beispiel <i>savethatshow.com</i>	132
4.3	Neues schöpferisches Fanhandeln im Social Web.....	136
4.3.1	Fan Fiction.....	136
4.3.2	Fan Videos	144
4.3.3	Grenzen des schöpferischen Fanhandelns.....	146
4.3.4	Das Weitergehen anhand von Beispielen der Webseiten <i>fanfiktion.de</i> und <i>fanfiction.net</i>	150
4.3.5	Das Kombinieren anhand des Angebots von Mash-Up Fan Videos	168
4.3.6	Das Anbinden an den Alltag anhand von Introsequenzen	171
4.3.7	Das Teilen anhand von Reaction Videos	174
4.4	Weiteres Fanhandeln und dessen Erscheinungsformen im Social Web.....	178
4.4.1	Das Sammeln	178
4.4.2	Das Reisen	183

5.	Veränderungen des traditionell-analogen Fernsehens bedingt durch neues Online-Fanhandeln	
5.1	Zunehmendes Interesse an der Auswertung des Fanhandelns seitens der Fernsehsender	187
5.1.1	Traditionelle Ermittlung der Zuschauerzahlen	187
5.1.2	Web-Monitoring als neue Tendenz bei Messverfahren zur Zuschauerforschung	190
5.2	Strukturelle Veränderungen	196
5.3	Technische Veränderungen	201
5.4	Inhaltliche Veränderungen	204
5.5	Schlussfolgerungen und mögliche Perspektiven	214
6.	Fazit: Bedeutung von neuem Fanhandeln für TV-Sendungen ..	217

Verzeichnisse

Literatur	223
Abbildungen	235
Quellen	236